10 secrete în Telemarketing

Formula succesului la telefon:

_____ x _____ = _____

Felul în care _____ clientul la telefon și cum termini _____ respectivă te ajută să îl transformi în _____ tău.

1. Înainte să răspunzi la telefon, _____. _____ transmite încredere, simpatie și deschidere.

2. Când te sună cineva, răspunde după al _____-lea apel și înainte de al _____-lea apel.

3. Spune _____ și _____ firmei. Nouă ne place să facem afaceri cu _____, nu cu _____.

4. _____ cu mare atenție și folosește _____ pozitive, folosind și numele _____ în timpul convorbirii (de cel puțin _____ ori).

Nu spune niciodată la telefon „este _____”. Spune „este într-o _____”.

Nu spune nici „sunați-ne peste 10 minute”. Spune „lăsați-mi numărul dumneavoastră de telefon” și _____.

5. Pune _____. Înainte să dai soluția ta, trebuie să descoperi _____ lui.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Întrebarea magică atunci când te întreabă „cât costă?”:

Vă mulțumesc că _____. Ca să pot să vă răspund mai bine, îmi permiteți să vă pun _____?

6. Oferă mici bucăți de _____ în timpul convorbirii și _____ la clientul tău. În vânzări, este foarte important să fii _____ cu care vorbești.

7. Verifică _____ clientului înainte să faci _____.

Întrebările cel mai des folosite sunt „Cum _____?” și „Care dintre _____ vi se potrivește cel mai bine?”

8. _____ de 2 ori mai mult decât _____.

9. Termină convorbirea cu un _____.

10. _____ telefonul după ce _____ și lasă-l entuziasmat. Arată-i că a luat _____.

Așteaptă _____ secunde după ce a închis el și apoi închide și tu.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Produ o preimpresie fantastică cu site-ul tău

1. Alege să lucrezi cu o _____. Site-ul tău este _____ ta.

2. Construiește mai multe _____.

3. Pune _____ original pe site-ul tău.

4. _____ site-ul. Nu are sens să ai un site frumos, dacă nu _____.

5. Fă-ți un _____. Dacă dai în mod continuu informații _____ din domeniul tău, oamenii se vor uita la tine și te vor percepe ca _____.

6. Oferă ceva _____ celor care vizitează site-ul tău.

7. Ca să poți să _____. Oferi valoare înainte să îi iei _____ de contact.

8. Pune articole și informații care să _____ piața.

9. Ține cont de _____ pe care îl are vizitatorul pe site-ul tău. Oferă-i informații _____.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Dacă te gândești să creezi un site, înainte să stabilești structura paginilor, răspunde la următoarele 3 întrebări:

1. Ce vreau să facă _____ vizitatorul pe site-ul meu?

2. Ce vreau să facă _____ vizitatorul pe site-ul meu?

3. Cum fac să îl _____ de cât mai multe ori pe site-ul meu?

4 elemente pe care să le specifici dacă alegi să faci un Welcome Video:

1. CINE _____.

2. CE am _____.

3. CARE sunt _____ pe care o să le obții cu ce ți-am dat?

4. CE ai _____.

Welcome Video-ul ar trebui să fie scurt (de maxim _____).

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Fii influent pe Facebook pentru mai mulți clienți

Poți să începi cu o pagină _____, pe care ulterior să o transformi într-o pagină _____.

Fii _____ cu postările tale. Postează cel puțin _____ lucruri pe zi.

E important să existe _____. Arată-i că _____ ceea ce spune și răspunde-i la _____.

Folosește _____ în postările tale.

Postările tale ar trebui să țină cont de 3 lucruri: _____, _____ și _____.

Pune-i o întrebare la care el _____ sau scrie o frază pe care să o completeze.

Intră și pe _____, care monitorizează paginile de fani.

Trimite oamenii din Facebook către _____.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Fii prezent pe YouTube

Pe site-urile de Video Sharing ar trebui să postezi filmulețe cu _____: cu un agent de vânzări care spune câteva cuvinte despre _____ sau despre un _____, mărturii de la clienți, pentru că este mult mai important ce _____ despre tine, filmulețe de la _____ tăi etc.

În descrierea fiecărui video, ar trebui să ai un _____ către locul în care vrei să-i duci și să faci vânzarea.

Poți să mai pui filmulețe atunci când faci o tombolă sau un _____.

În descriere, ai grijă la cuvintele _____ pe care le pui. Folosește aceleași cuvinte pe care le ai și pe site-ul tău și sunt importante pentru business-ul tău.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Cum să construiești o carte de vizită care vinde

Lucrează cu o _____ și cu un _____ profesionist.

Dă-i o formă _____.

Pune _____ bune, relevante pentru cel care o primește.

De asemenea, pune și _____ prevăzute de lege.

Folosește și _____ cărții de vizită.

Confirmă fiecare _____ de pe cartea ta de vizită înainte să o dai la tipărit.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Încheie alianțe strategice

Alianța strategică este o metodă prin care alegi un segment de piață, cauți firme care _____ aceluiași segment și stabilești alianțe cu acestea, ca să mergeți împreună către segmentul respectiv.

Cum ar trebui să stabilești o alianță strategică:

1. Vezi cine sunt _____.

2. Descrie 2 situații. Ce cumpără clienții _____ să cumpere de la tine și _____ ce cumpără de la tine.

3. Vezi care sunt firmele care _____.

4. Contactează-le și stabilește alianțe strategice, prin care să vă _____ reciproc.

Prin aliațele strategice se face transfer de _____.

Ai _____ reduse sau aproape zero în campaniile tale de marketing.

Scrie mai jos o listă cu 5 firme care se adresează aceluiași segment de piață ca și firma ta, dar nu îți sunt concurenți.

_____

_____

_____

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

De ce să participi la cluburi de networking

Cluburile de networking sunt acele cluburi în care merg oamenii ca să schimbe _____ și _____.

Pți să primești _____ utile în mod gratuit.

Cel mai bun lucru legat de cluburile de networking sunt _____ pe care le primești și recomandările calde.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Crește numărul de contacte prin demonstrații gratuite

Oferă ceva gratuit înainte să _____ de la clientul tău. După ce ai oferit ceva, cere-i cel puțin _____ de contact.

Când primești ceva gratuit, ești dispus să oferi ceva în schimb. Se numește Legea _____.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Agenți de vânzări de top

Agenții de vânzări dintr-o firmă sunt strategia cea mai bună de a aduce _____, dar de obicei sunt și cea mai _____.

În vânzări, 80% din rezultate se datorează _____, nu _____.

Când angajezi, la interviu, fii atent ca agentul de vânzări să aibă _____. Caută oameni _____, serioși și punctuali.

Nu îți recomand să angajezi _____. O persoană _____ nu stă nici măcar o zi fără loc de muncă.

La ce să fii atent după ce ai angajat agenți de vânzări:

1. _____. Se spune că un agent de vânzări nu vinde mai mult în acest moment ori pentru nu _____, ori pentru că nu _____.

2. _____. Însă permite-le să lucreze cum vor ei, atât timp cât aduc _____.

3. Ține-i _____. Întâlnește-te des cu ei.

4. Pune-le la dispoziție _____.

5. _____ oamenii și recompensează-i. _____ fiecare victorie pe care o obții cu ei.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Buzz Marketing

Buzz Marketing-ul este o strategie prin care îi faci pe ceilalți să _____ despre tine. Metoda cea mai bună prin care să faci Buzz Marketing este să îți întrebi prietenii:

Care crezi că este cea mai _____ idee de promovare pentru business-ul meu?

Te invit să scrii mai jos o listă cu 5 strategii ieșite din comun pe care le-ai putea aplica în business-ul tău.

1._____

_____

2._____

_____

3._____

_____

4._____

_____

5._____

_____

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Strategii de Marketing multiple – Regula 10 x 10

Această regulă spune că nu este recomandat să depinzi de _____ de Marketing. Este nevoie de _____ strategii de Marketing și Vânzări care să îți aducă în mod constant contacte.

Dacă o strategie nu funcționează dintr-un motiv oarecare, _____, pentru că ai în continuare _____ strategii care îți generează contacte pentru afacerea ta.

Această strategie se poate aplica și după principiul Divide to _____.

Pentru o creștere de 100%, să găsești _____ strategii cu creșteri de câte _____ fiecare.

După cum am vorbit într-un modul anterior, înainte să aplici o strategie, testează și _____ ca să vezi dacă funcționează.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Scrie mai jos o listă cu cel puțin 10 strategii pe care deja le folosești sau pe care ai putea să le folosești ca să aduci mai mulți clienți în afacerea ta:

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

6. _____

7. _____

8. _____

9. _____

10. _____

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Strategii extra pentru a crește numărul de contacte

Cel mai important la aceste strategii nu este neapărat _____ alegi, ci _____ strategia respectivă.

Folosește Google _____.

Promovează-te prin _____.

Parchează mașina într-o zonă _____.

Fii prezent pe _____.

Ce alte strategii poți să folosești pentru a-ți crește numărul de contacte? Descarcă pdf-ul de sub videoul dedicat acestei pagini și scrie mai jos cel puțin 5 strategii pe care îți dorești să le aplici în afacerea ta.

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Cum crești procentul de conversiune

Procentul de conversiune este cel mai important element din Șasiu, pentru că este cel mai _____ de dezvoltat și are _____ cel mai mare în rezultate.

Primul lucru la care să fii atent când vine vorba de procentul de conversiune este să _____ această cifră, pentru fiecare campanie în parte și per total.

Dacă ai agenți de vânzări în firmă, este recomandat să calculezi _____ și pentru fiecare dintre ei.

După ce ai _____, prezintă procentul celor din firmă.

Dublând procentul de conversiune, se _____ tot din Șasiul afacerii.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

De ce este bine să oferi bonusuri agenților tăi

Bonusează agenții tăi de vânzări în funcție de _____.

Organizează un _____ timp de o lună și premiază cel mai bun rezultat. Apoi, mai organizează unul (pe 3 luni) și setează un prag peste care toate rezultatele sunt premiate.

În acest fel, nu îi faci să se concentreze doar pe vânzări, ci mai ales pe _____ vânzărilor.

Dacă ai oameni în firmă care sunt în acest moment în zona lor de confort, când începi să îi _____ și văd cât de bine performează ceilalți colegi, nu se mai simt bine și _____.

În schimb, cei buni o să devină _____, pentru că sunt _____ pentru ceea ce fac.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

8 Pași Pentru a Depăși Obiecțiile Clienților

Majoritatea vânzărilor se pierd din cauza _____.

1. Este cu adevărat o _____ sau este doar o _____?

Poți să îți dai seama de acest lucru din _____ vocii clientului.

Dacă _____ este în sus, este o _____.

Dacă este în jos, ai în fața ta o _____ și poți trece la pasul 2.

2. _____. Ultimul lucru la care se așteaptă clientul tău atunci când îți ridică o obiecție este să _____.

Ai luat obiecția din partea ta și ai _____.

3. _____ cu atenție. Nu-l _____, lasă-l să termine.

4. _____.

5. _____. „Dacă îți rezolv obiecția, _____?”

Dacă el spune _____, _____ este pe jumătate făcută. Dacă spune _____, înseamnă că mai are și alte _____.

6. _____.

7. Verifică dacă a înțeles _____.

8. _____!

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Dacă, după ce ai făcut tot procesul, mai apare o obiecție, treci la pasul _____.

Dacă într-o ședință apar mai mult de _____ obiecții, nu sări din nou la pasul _____. Te duci la pasul _____. „Deci să înțeleg că și X este important pentru dumneavoastră?”

Majoritatea agenților sar peste pasul _____ pentru că nu este logic.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Cele 4 Tipuri de Agenți de Vânzări

1. _____ de cereri sau cel care așteaptă ca cineva să vină să _____ produsul sau serviciul.

2. _____ sau cel care _____ și luna de pe cer, doar ca să facă vânzarea. Problema cu acest tip de vânzător este că poți să înșeli un client de maxim _____ ori, după care l-ai pierdut.

3. _____ de produs sau serviciu. _____ tot timpul de produsul sau serviciul lui.

4. Cel care rezolvă _____ clienților. Un adevărat vânzător este cel care găsește _____ clientului și îi oferă _____ la problema pe care o are.

Vânzări = a-i ajuta pe clienți să _____ într-un mod profesionist.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Elementul care face diferența în Vânzări

Unul dintre cele mai importante lucruri în Vânzări este _____.

În cazul studiului făcut de Forum Strategy Accelerated pe 341 de agenți de vânzări, concluzia a fost că singura diferență dintre vânzătorii de top și cei mediocri era _____ clienților în agent.

Nu poți să ai _____ într-o persoană care nu are _____.

Dacă vrei să crești oameni de succes, învață-i _____ înalte.

Scrie mai jos o listă cu 15 caracteristici ale unui om de încredere:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____
11. _____
12. _____
13. _____
14. _____
15. _____

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Ce Înseamnă de fapt „Nu” în Vânzări

Nu sunt dispus să dau _____ pe _____ pe care mi le-ai prezentat până în acest moment.

Un client care îți spune „Nu” nu-și mai _____. Dacă vrei să schimbi părerea unui client care a spus „Nu”, ar trebui să îl convingi în primul rând că _____. Dacă insiști cu tehnici de vânzări, nu vinzi, ci _____.

Nu trebuie să schimbăm părerea clientului, ci să-l facem să ia o _____ nouă, bazată pe _____ noi.

Pune mai multe întrebări, astfel încât să crești _____.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Transformă Frica de Pierdere în Avantaj pentru Tine

Prezintă-le clienților ce o să piardă dacă nu cumpără de la tine. Mai întâi, trebuie să definești ce o să câștige și apoi transformi _____ din beneficiile tale în lucruri pe care le pierd dacă nu aleg produsele / serviciile tale.

Oamenii se motivează în 2 feluri: 60% _____, 40% _____.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

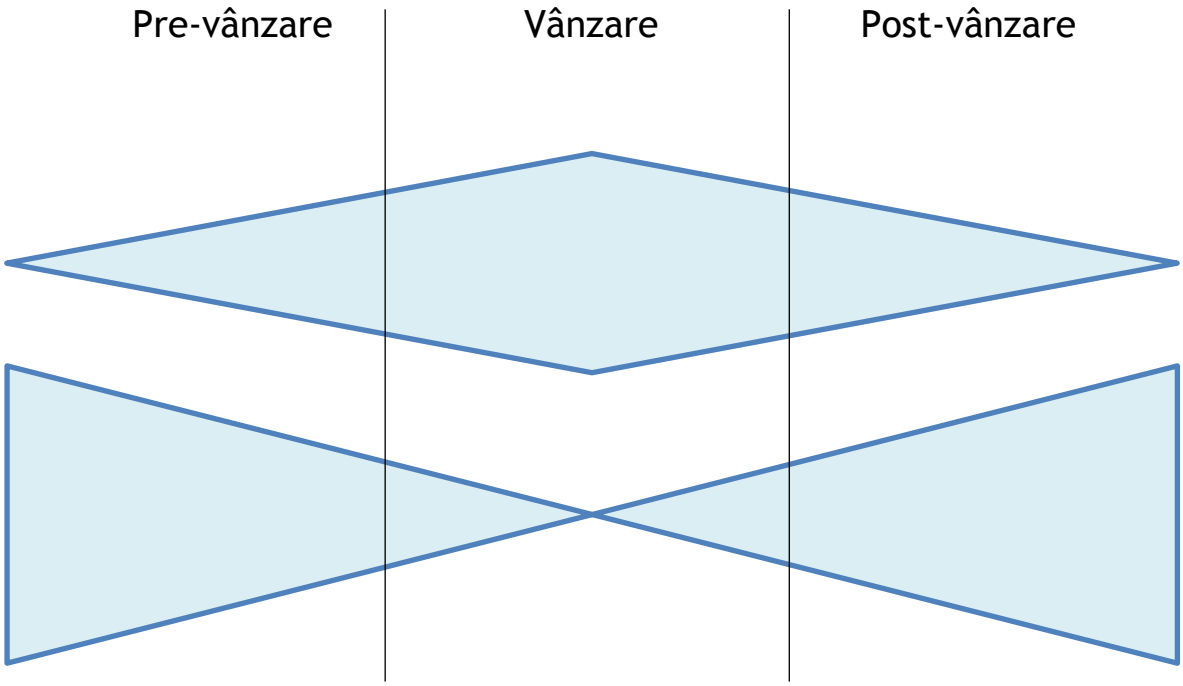
Pe ce să pui Accent în Procesul de Vânzare

Aparent, cel mai important lucru în procesul de vânzări este _____ propriu-zisă. Dar este o abordare greșită și costisitoare.

Ca să o eviți, pur și simplu inversează importanța etapelor din procesul de vânzare.

Acordă mare atenție în etapa de pregătire, _____ și prospectare, ca să te duci pregătit la client.

Post-vânzarea este, de asemenea, esențială. Se spune că una dintre cele mai bune metode de fidelizare a clienților este _____ tău manifestat după vânzare. Arată-i _____ de el.



© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Construiește Scenarii de Vânzări

Notează cele mai bune răspunsuri ale oamenilor tăi de vânzări și construiește scenarii, pe care să le folosești în relația cu clienții.

Scenariile te ajută să _____ bani.

La ce să fii atent când construiești un scenariu:

1. _____ dacă funcționează respectivul scenariu peste tot.

2. Adaptează-l la persoana care _____ scenariul.

3. _____ constant.

4. Nu are rost să _____ un scenariu dacă nu _____.

Un exemplu de companie care folosește excelent strategia scenariilor de vânzări este _____.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Extinde Gama de Produse și Servicii!

_____ și alte produse / servicii pe care poți să le vinzi clienților tăi. Poți face extinderea prin mai multe metode:

1. Cauți o altă _____ de produse, în așa fel încât să atingi un _____ cât mai mare.

Unui client căruia i-ai vândut ceva și i-ai _____, poți să-i vinzi aproape orice.

2. Scrii pe o hârtie ce cumpără clienții _____ să cumpere de la tine și _____ ce cumpără de la tine.

3. Studiezi _____.

4. Studiezi _____. Le pui întrebări legat de nevoile lor.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz

Folosește Testimoniale în Business-ul Tău!

Testimonialele sunt lucrurile pe care clienții le _____ despre produsele sau serviciile tale.

Mărturiile scrise sunt bune, dar dacă sunt _____ sau _____ sunt și mai eficiente, pentru că sunt greu de _____.

Este important să folosești mărturii în business-ul tău pentru că:

1. Este o strategie _____.

2. Transferă _____ și o crește.

Când să ceri mărturii? Atunci când clientul este cel mai _____, adică atunci când l-ai _____ cel mai bine.

Dacă alegi mărturiile scrise, este important să menționezi _____ persoanei, localitatea și o _____.

Unde să postezi mărturiile? Peste tot: pe site, pe materialele de marketing, pe cataloage etc. Dacă ai un magazin online, la fiecare _____ ar trebui să ai o mărturie de la un client mulțumit.

© Copyright Business Mastery & Lorand Soares Szasz